



Création d'entreprise

L'agence de développement économique de la Haute Saône

LES OBJECTIFS DE L'ETUDE COMMERCIALE

- Vérifier que le marché pressenti existe réellement.
- Evaluer le potentiel du marché afin de pouvoir établir des hypothèses de chiffre d'affaires.
- Permettre au porteur de projet de connaître le fonctionnement de son marché (clientèle, fournisseur, concurrents ...) et déterminer un plan d'actions commerciales adapté.

Elle est organisée autour de 7 questions clés :

▶ QUOI ?	=	Définition du produit ou du service
▶ A QUI ?	=	Définition de la clientèle
▶ POURQUOI ?	=	Satisfaction apportée par le produit ou le service
▶ COMMENT ?	=	Critères d'achat du produit ou du service
▶ OU ?	=	Zone d'intervention de l'activité
▶ QUAND ?	=	Circonstances de l'achat
▶ COMBIEN ?	=	Volume prévisionnel de vente et tarifs

QUOI ?

- Allez-vous produire, vendre, installer, réparer, livrer... ?
- Quels sont vos produit ou services principaux ?
- Quels sont les produits ou services complémentaires ?
- Quels sont les caractéristiques du produit / service ?
- Quel est l'éventail de la gamme de produit / service ? (nombre de produits proposés)
- Quel est le niveau de qualité du produit / service (haute de gamme, moyenne gamme, ...) ?
- A quoi va-t-il servir ?
- Allez-vous être sous-traitant d'une autre entreprise ?

VOS CONTACTS

▶ **Action 70**
Vesoul Technologia - Rue Max Devaux - BP 40085 - 70002 Vesoul Cedex
Contacts : **Dominique CORDIER** | tél : 03 84 97 15 90 | @ : dcordier@action70.fr
Virginie GHEZA | tél. : 03 84 97 13 71 - @ : vgheza@action70.fr

QUI ?

- Qui sont les clients potentiels :
 - Individus, couples, ménages, ... ?
 - Entreprises, associations, institutions... ?
- Quelles sont les caractéristiques de cette clientèle ?
 - Sexe, âge, habitation, catégorie socioprofessionnelle, niveau de revenu, ... ?
 - Secteur d'activité, taille, chiffre d'affaires, ... ?
- Quel est leur comportement d'achat (habitudes de lieu, de moment, d'information, ...) ?
- Qui sont vos futurs fournisseurs ? Quelles sont leurs pratiques (délai de livraison, de paiement, ...) ?

POUQUOI ?

- A quel besoin répond le produit / service (achat privé ou professionnel, ...) ?
- Quelle est la nature de l'avantage recherché par le futur client :
 - Gain de temps, de place, d'argent, ... ?
 - Garantie de qualité, de sécurité, de technicité, de ponctualité, de souplesse, ... ?
- Quel est le niveau de satisfaction apporté par le produit / service (économie, proximité, technicité, ...) ?
- Quels sont les moyens de satisfaction proposés (délai d'exécution, étendue du stock, horaires d'activité, ...) ?

COMMENT ?

- Quel est le mode d'achat (sur catalogue, sur pièce, après essai, sur références, à domicile, après devis, sur appel d'offres, ...) ?
- Quels critères déterminent la décision d'achat (notoriété de la marque, étendue du choix, disponibilité immédiate, conseils et/ou services complémentaires, conditions de paiement, ...) ?
- Comment allez-vous vendre (dans un local commercial, en libre-service, vente assistée, par démarchage, par prescripteurs, par vente par correspondance, ...) ?
- Avez-vous engagé des partenariats avec d'autres professionnels ?
- Allez-vous sous-traiter une partie de votre activité ?
- Quels sont vos jours et horaires d'ouverture ?

OU ?

- Où sont localisés vos clients présumés ?
- Sur quel secteur géographique allez-vous intervenir ? Quelle est l'étendue de la zone de chalandise ?
- Où vous installerez-vous pour être le mieux placé ?
- Existe-t-il des locaux disponibles ?

QUAND ?

- Quelle est la périodicité de la demande (ponctuelle, périodique, saisonnière, continue, ...) ?
- Quelle est la situation déclenchant l'achat (programmée, aléatoire, d'urgence, impulsion, ...) ?
- Quel est le délai entre la demande et l'achat (immédiat, négligeable, de l'ordre de la semaine, du mois, du semestre, ...) ?
- Quel est le rythme des achats (régulier, fluctuant, cyclique, ...) ?

COMBIEN ?

- Quel est le potentiel de clients sur la zone d'intervention (estimation) ?
- Quel est le budget de consommation pour les types de produits / services que vous proposez pour chaque catégorie de clients ?
- Quel volume est susceptible d'être acheté par client ?
- Quels sont vos tarifs ?
- Quel est le volume de stock nécessaire ?
- Combien de produits seront référencés ?
- Quel est le délai de rotation du stock ?

QUELS SONT LES CONCURRENTS ?

- Quels sont les concurrents directs (proposant un produit / service identique) ?
- Quels sont les concurrents indirects (proposant un produit / service différent mais satisfaisant le même besoin) ?
- Quelles sont les caractéristiques de ces concurrents (dimension, où sont-ils situés géographiquement, ...) ?
- Quelles gammes de produits / services offrent-ils ?
- Quelle est leur cible de clientèle ?
- Quelle est leur politique commerciale, leur stratégie de communication ?
- Quels sont leurs tarifs ?
- Quels sont leurs atouts (notoriété, ancienneté sur la place, accessibilité, publicité, surface de vente, étendue de la gamme, tarifs proposés, facilités de paiement accordées, ...) ?
- Comment me différencier des concurrents, comment me positionner sur le marché ?
- Quelle est ma valeur ajoutée ?

Source : APCE